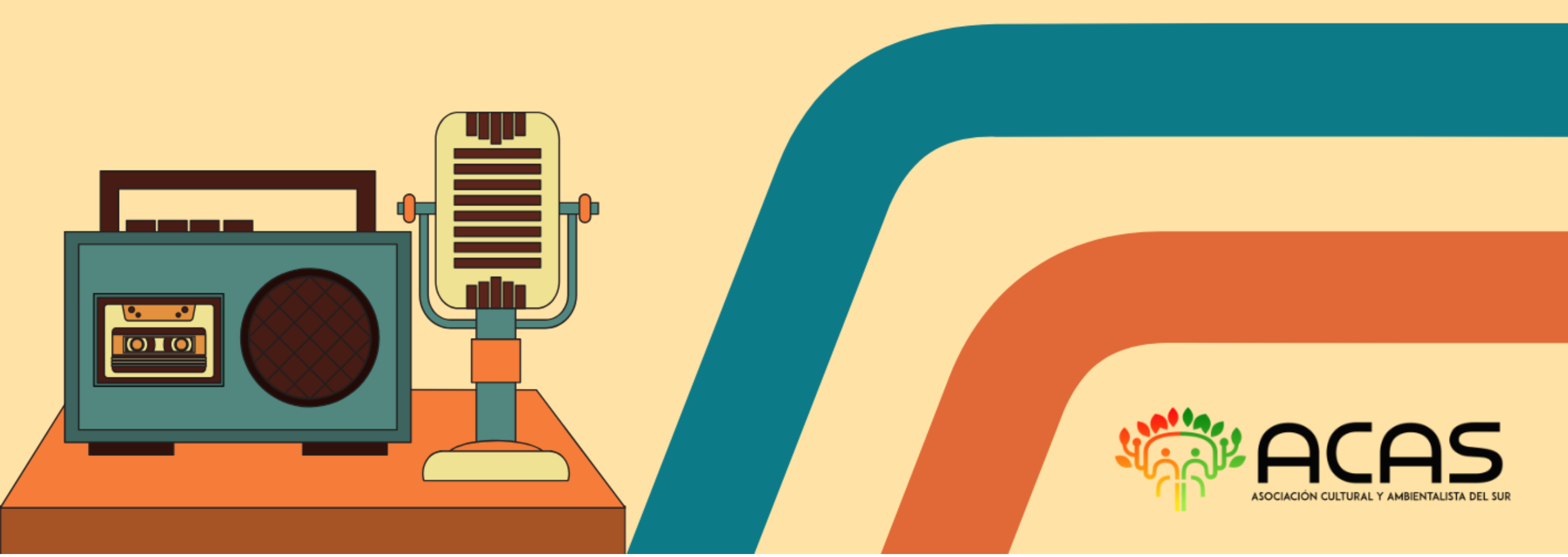


Informe Ejecutivo

Una Mirada a la Audiencia de la Radio Comunitaria del Centro del Huila

Experiencias de Representación, Identidad y Participación.



Una mirada a la audiencia de la radio comunitaria del centro del Huila: Experiencias de representación, identidad y participación. Informe ejecutivo.

Coordinador de Investigación

Diego Fernando Rodriguez Barrera

Asistentes y Consultores de Investigación

Carlos Ernesto Gómez Sánchez

Daniel Hoyos Mateus

Óscar Arnulfo Cardozo Cardozo

Rolando Esteban Rosero

Auxiliares de Investigación

Jimena Del Mar Jaimes Díaz

Jorge Luis Rodriguez Barrera

Valentina Galvis Elizalde

Darío Alberto Giraldo Rivera

Maria Luz Pou

Coordinador Administrativo

Jose Rafael Rodriguez Mora

Comunicadora

Valentina Galvis Elizalde

Asociación Cultural y Ambientalista del Sur - ACAS
Garzón, Huila, Colombia. 2024.

Esta publicación fue realizada con el apoyo del Programa Nacional de Estímulos del Ministerio de las Culturas, Las Artes y Los Saberes, Gobierno de Colombia.

Correspondencia o solicitudes: Transversal 21 #2-12 SUR, Garzón, Huila, Colombia
Correo: asociacion.acas@gmail.com
Teléfono: +57 3123179444

Tabla de contenido

Tabla de contenido 3

Introducción 4

Por qué y cómo decidimos estudiar las audiencias 6

Principales resultados del proyecto 9

Configuraciones sociotécnicas en transformación: La radio comunitaria entre lo analógico y lo digital 9

Las propuestas de contenido en las emisoras comunitarias del centro del Huila. Del arraigo local y la desconexión con actores clave 15

Tensiones en la participación y el reconocimiento social de las emisoras comunitarias 22

Valoraciones y preferencias, no es sencillo saber por qué la gente escucha radio 28

Ser audiencia hoy 33

Conclusiones 39

La multidimensionalidad de las audiencias: Entre permanencias y transformaciones 39

La participación, una potencialidad y promesa todavía por concretarse 41

De competencia, a complemento. Las Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación en el proceso mediático comunitario 45

Cultural local, un vacío que puede llenarse de creación 46

Mediaciones y construcción de sentido: Más allá de las preferencias 47

Donde emerge lo potencial 48

Bibliografía 50

Introducción

Esta investigación surgió de una preocupación fundamental: entender quiénes son y cómo se comportan los oyentes de las radios comunitarias en el centro del Huila, más allá de las mediciones de rating que dominan los estudios tradicionales.

La idea central fue cuestionar la visión limitada que reduce a las audiencias a meros consumidores pasivos de contenido, para explorar su papel como participantes activos en la configuración del proceso mediático local. El contexto es particularmente relevante: el departamento del Huila cuenta con 71 emisoras licenciadas, de las cuales una parte significativa son comunitarias, algunas de ellas con muchos años de actividad y trayectoria.

El estudio se propuso responder preguntas cruciales sobre cómo las personas del centro del Huila se relacionan con sus radios comunitarias: ¿De qué manera las audiencias se enfrentan al auge del internet y el contenido bajo demanda? ¿Cómo contribuyen estas radios a expresar la cultura local? ¿De qué formas participan los oyentes en las emisoras? ¿Se están fortaleciendo los espacios de diálogo en la comunidad? ¿Qué opinan las audiencias del contenido que transmiten estas emisoras? Y fundamentalmente, ¿cómo se relaciona todo esto con el derecho que tienen las personas a participar activamente en la comunicación de su comunidad?

El propósito central fue llenar un vacío relevante en el conocimiento sobre las audiencias radiales de la región. Pues como bien nos señalan los investigadores Amparo Cadavid y Oscar Moreno Martínez:

> *Cada día crece más el número de medios comunitarios y ciudadanos que hacen un aporte significativo a la construcción del país. Sin embargo, se desconoce su potencialidad para movilizar procesos sociales y políticos, y su significación como formas de resistencia frente a la acción de los grandes consorcios comerciales de comunicación e información. La academia no se*

ha ocupado suficientemente de estudiar estos proyectos y, por ello, no se cuenta con marcos conceptuales ni metodologías apropiadas que permitan profundizar en el abordaje de sus dinámicas (Cadavid & Moreno, 2009).

El asunto es que nuestra inquietud no nace únicamente de la necesidad académica, sino del hacer y del soñar. Durante muchos años, diversos miembros de la Asociación Cultural y Ambientalista del Sur han dedicado esfuerzos para promover procesos de formación, producción y circulación vinculados a los medios audiovisuales, en particular los sonoros y radiales. Desde el 2012 y hasta el cese de sus actividades hicimos parte de una gran iniciativa de juntanza y reflexión que se llamó el Movimiento 20 de Abril y que tejió puentes entre diversos colectivos, territorios y visiones de la comunicación y el derecho a comunicar.

Esta investigación se empalma con el deseo y trabajo activo por crear propuestas mediáticas radiales en el centro del Huila, reconociendo las potencialidades, los aprendizajes, pero también las falencias y tensiones de eso que llamamos radio comunitaria.

Creemos que en la medida en que entendamos cómo se configura la relación entre audiencias y emisoras, podremos encontrar claves o nuevos caminos para pensar el futuro de la radio comunitaria.

Por supuesto, también nos interesa producir información útil al fortalecimiento la gestión de las emisoras, así como las políticas públicas del sector. Contribuyendo a la capacidad y ámbitos de diálogo e integración entre los actores a quienes la radio nos moviliza.

Tenemos una responsabilidad histórica y social por hacer de los medios comunitarios la instancia democrática por excelencia; que permita romper con las espirales de violencia política y exclusión que por tantos años hemos vivido en Colombia.

Sin duda, las emisoras comunitarias, a través de su ejercicio radial, son un instrumento de servicio público con un nivel de irrigación de gran alcance poblacional. Que además de provocar la escucha por parte de una multiplicidad de audiencias, son el núcleo de una configuración de relaciones sociales, tecnológicas, culturales y políticas, que vale la pena conceptualizar, discutir y transformar.

Esta investigación no pretende ofrecer un compilado testimonial, sino un conocimiento de orientación dialéctica, es decir, que entiende la realidad social como un proceso dinámico de tensiones y transformaciones mutuas entre los diferentes actores y sus condiciones materiales.

Desde esta perspectiva, buscamos brindar claves y recursos de pensamiento para que, tanto las audiencias, como las emisoras comunitarias de esta región, puedan desarrollar estrategias que estimulen el ejercicio del derecho a la comunicación; entendido este como el proceso mediante el cual una población participa y es reconocida en sus identidades, intereses y expectativas diversas en la esfera pública.

Por qué y cómo decidimos estudiar las audiencias

El acercamiento a las audiencias de radio comunitaria en el centro del Huila surgió de una doble necesidad: por un lado, la de comprender científicamente cómo se configura la relación entre las poblaciones locales y sus medios radiofónicos; por otro, la de fortalecer el papel de la radio comunitaria como espacio de participación y expresión ciudadana en un contexto donde el derecho a la comunicación enfrenta múltiples desafíos.

Teníamos un diagnóstico inicial claro: la mayoría de los estudios sobre audiencias radiales mostraban diseños dispersos y reflexiones fragmentadas.

Frente a esta realidad, decidimos desarrollar una investigación que pudiera captar la complejidad del fenómeno desde múltiples ángulos, logrando complementar el marco teórico que habíamos definido con una perspectiva de reconstrucción.

En esta investigación implementamos una metodología mixta que combinó tres instrumentos complementarios:

1. Un análisis sistemático de contenido de las transmisiones de cinco emisoras comunitarias de la región, seleccionadas a conveniencia por la disponibilidad de emisión digital. Este componente involucró el trabajo de tres codificadores que analizaron 13 horas de transmisión por emisora, distribuidas durante dos semanas. Se generaron fichas de información detallada por cada franja escuchada sobre los contenidos y formatos radiofónicos.

   La metodología hermenéutica empleada permitió una comprensión profunda de cómo las emisoras construyen su relación con las audiencias a través de su programación. Para consultar el planteamiento metodológico y analizar los hallazgos detalladamente, se sugiere revisar el Documento de Trabajo correspondiente (ACAS, 2024a).

2. Una encuesta estructurada de manera no probabilística, pero con criterios de representatividad, aplicada a 385 personas en ocho municipios del centro del Huila; que nos permitió obtener un panorama amplio sobre los hábitos de consumo radial, preferencias de contenido y percepciones sobre el medio.

   El análisis estadístico, realizado con R y complementado con visualizaciones en Excel, nos permitió identificar patrones significativos en la relación entre variables demográficas y prácticas de consumo radial. Se recomienda referirse al Documento de Trabajo correspondiente para explorar con profundidad tanto el planteamiento metodológico como los hallazgos (ACAS, 2024b).

3. Cuatro grupos focales delimitados por zona y relación con la radio, que exploraron en profundidad las experiencias y percepciones de diferentes tipos de audiencias. Los grupos se organizaron considerando variables como paridad de género, diversidad etaria y afinidad de ubicación (rural/urbana), y su identidad común de radioescuchas o no oyentes.

Aunque enfrentamos desafíos en la convocatoria, particularmente en cascos urbanos, la participación total de 31 personas generó información rica sobre las dinámicas de interacción con el medio radial. Para una revisión detallada de la metodología y los hallazgos, el lector puede consultar el Documento de Trabajo respectivo (ACAS, 2024c).

Esta estrategia nos permitió ir más allá de la caracterización superficial de sintonías y preferencias, para adentrarnos en aspectos cruciales como las formas de interacción con los contenidos, la relación con las nuevas tecnologías, las dinámicas participativas y el papel de la radio comunitaria en la formación de identidades locales.

Los hallazgos nos muestran la articulación entre las construcciones subjetivas, las instancias concretas de participación e interacción, los hábitos y relaciones de escucha y no escucha, las mediaciones tecnológicas y de significados, dibujando un rico universo de configuraciones comunicativas.

Las limitaciones temporales, logísticas, presupuestales y, sobre todo, la insuficiente acumulación de reflexiones colectivas acerca del tema y la región en la que nos encontramos, hace que esta investigación tenga unos límites claros. Y si bien todo proyecto investigativo pretende llegar a un alcance conclusivo, preferimos considerar este ejercicio como un trabajo pionero. Creemos que está abierto a la discusión, pues los productos analíticos y descriptivos del proceso no son prescriptores de la realidad.

No obstante, consideramos que este Informe Ejecutivo y los documentos anexos que recopilan los hallazgos de cada instrumento de manera detallada, serán un sustancioso y provechoso material de estudio y deliberación para cualquier persona que se interese o esté relacionada con la radio y los medios de comunicación.

Así las cosas, nuestra investigación aporta decididamente al entendimiento del ejercicio del derecho a la comunicación en la radio comunitaria; explorando cómo las audiencias en municipios del centro del Huila están inmersas en procesos complejos y agenciados de representación, y elaboran distintas construcciones subjetivas para relacionarse y participar en la actividad comunicativa. Siempre tratando de pensar que, si el presente no es un proceso acabado, podemos abrirlo a las posibilidades que representa el futuro.

Principales resultados del proyecto

Configuraciones sociotécnicas en transformación: La radio comunitaria entre lo analógico y lo digital

Acerca de la participación de las Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) en la relación audiencias-emisoras comunitarias, lo que emerge del análisis de los instrumentos no es una simple división entre lo «viejo» y lo «nuevo». Hay una coexistencia dinámica de diferentes formas de articulación entre tecnologías y prácticas sociales.

Por un lado, la encuesta permitió generar hallazgos importantes en función del proceso mediático radial. A través de un ejercicio de conceptualización se lograron construir 5 perfiles tipos ideales de oyentes según su relación con las tecnologías:

- Audiencias Tecno-tradicionalistas en Radio: Caracterizados por un consumo exclusivamente analógico y baja o nula adopción digital, que mantienen una relación con la radio basada enteramente en dispositivos convencionales y prácticas establecidas de escucha en dispositivos con receptores de FM.

- Audiencias Híbridas Funcionales en Radio: Que han adoptado tecnologías digitales básicas como WhatsApp y Facebook, pero mantienen una clara separación entre sus prácticas digitales y su consumo radiofónico tradicional, por lo que crean un uso diferenciado de canales tradicionales y digitales para su comunicación.
- Audiencias Convergentes Selectivas en Radio: Aquellas que, a pesar de poseer competencias digitales avanzadas, eligen mantener su consumo radiofónico en formatos tradicionales mientras usan activamente tecnologías digitales en otras esferas de su vida comunicativa.
- Audiencias Digitalmente Integradas, Fuera de Sintonía: Utilizan activamente diversos dispositivos digitales y muestran mayor competencia en el uso de redes sociales especializadas; no escuchan radio y privilegian particularmente el teléfono celular como dispositivo principal, probablemente valorando la movilidad y la personalización en su consumo mediático.
- Audiencias en Transición Digital y Selectiva, Fuera de Sintonía: Esta audiencia tampoco escucha radio, pero mantienen un uso más acotado de plataformas digitales (más que todo WhatsApp y Facebook). Tendrían una preferencia por comunicación directa y personalizada, sin contar con mediaciones específicas o fijas.

A propósito de esa caracterización, encontramos que el consumo tradicional de radio no representa una simple resistencia al cambio o una incapacidad de adopción tecnológica, pues muchas radioescuchas que mantienen preferencia por dispositivos analógicos demuestran competencias digitales significativas en otros ámbitos de su vida.

Esta aparente «contradicción» sugiere que la persistencia de formas tradicionales de escucha responde a lógicas más profundas, donde el dispositivo analógico no es simplemente un medio de transmisión, sino parte integral de una experiencia

mediática específica, vinculada a espacios, rutinas y formas de socialización particulares. Simultáneamente, observamos en las audiencias el surgimiento de nuevas prácticas mediáticas centradas en la movilidad y la personalización que ofrecen las tecnologías digitales. Sin embargo, estas prácticas no constituyen simplemente una «modernización» del consumo mediático, sino que representan una reconfiguración fundamental de la relación con los contenidos y los espacios de comunicación.

La preferencia por dispositivos móviles entre las personas que en la encuesta contestaron que no escuchaban radio, por ejemplo, no es meramente una elección tecnológica (de un aparato sobre otro), sino que refleja y establece nuevas concepciones de la temporalidad, la atención y la interacción social.

Esta forma dual de la configuración sociotécnica en el ámbito radial del centro del Huila se enmaraña aún más cuando observamos los patrones de uso de redes sociales y plataformas digitales. La alta penetración de aplicaciones como WhatsApp y Facebook entre radioescuchas tradicionales sugiere que las fronteras entre lo analógico y lo digital son porosas y que los usuarios desarrollan estrategias sofisticadas de integración y diferenciación de tecnologías según necesidades específicas.

La aparición de una dualidad de prácticas y relaciones está enmarcada en un contexto de diferencia de oportunidades de relacionamiento con las nuevas tecnologías en las poblaciones rurales frente a las urbanas. Los grupos focales permitieron observar en los entornos urbanos, donde el acceso a internet es fluido y generalizado, una normalización del uso de plataformas digitales para el consumo informativo y el entretenimiento.

Esta realidad contrasta significativamente con la ruralidad, lugar en que las limitaciones de conectividad han propiciado la persistencia y reinvención de formas tradicionales de comunicación comunitaria. Los participantes de grupos focales

reconocieron la capacidad de la radio para llegar a zonas rurales donde hay un acceso limitado a internet. Allí mantiene una presencia significativa en la vida cotidiana y se vuelve parte de las estrategias de conectividad y comunicación de comunidades cuya integración al mundo digital está atravesada por serios problemas de acceso.

Pero también emergen prácticas híbridas de comunicación que combinan elementos digitales y tradicionales: quienes tienen acceso a internet actúan como mediadores de información para el resto de la comunidad, complementando esta función con mecanismos tradicionales como el megáfono y el "voz a voz".

Esta dinámica sugiere que la brecha digital, más que generar exclusión absoluta, propicia la emergencia de formas innovadoras de resiliencia comunicativa comunitaria. La posibilidad de que las emisoras comunitarias exploren el servicio de red aparece como una alternativa potencial para superar estas limitaciones técnicas; aunque esto plantea nuevos desafíos en términos de acceso y capacidades comunitarias.

De hecho, los grupos focales mostraron que existen serias determinantes para la sintonía de señal radioeléctrica. La geografía y las condiciones técnicas de transmisión configuran decisivamente las posibilidades de escucha radiofónica en la región. La expresión "que oigan la emisora que entre en su zona", recogida durante los grupos focales, sintetiza una realidad donde el acceso a los medios está fuertemente determinado por las limitaciones técnicas y geográficas.

Este condicionamiento técnico genera lo que podríamos denominar geografías radiales tecno-determinadas, donde una audiencia de un territorio se vincula a un escenario radial a partir de sus condiciones de acceso tecnológico.

Ahora bien, pasando a la orilla de las emisoras estudiadas en el análisis de contenido, la disparidad en la infraestructura digital fue uno de los hallazgos más significativos en la revisión de las redes y plataformas web.

Mientras unas pocas emisoras han logrado desarrollar aplicaciones móviles propias, otras mantienen una presencia digital básica limitada a redes sociales. Esta brecha tecnológica refleja no solo diferencias en recursos económicos sino también en capacidades técnicas y visión estratégica.

La calidad y actualización de las páginas web varía considerablemente: desde portales relativamente sofisticados, con secciones diversas y actualizaciones regulares, hasta sitios básicos o completamente inactivos. Esta brecha generalizada muestra también la escasa producción de contenido multimedia específico para plataformas digitales, la limitada experimentación con formatos nativos digitales y la ausencia general de estrategias transmedia.

El instrumento de análisis de contenido mostró que Facebook es la plataforma digital preferida para la presencia digital en todas las emisoras analizadas; reconocible también por las audiencias, quienes indicaron en los grupos focales que lo más habitual en el espacio digital eran los Facebook Live de las emisoras.

La experimentación con otras redes sociales como Twitter, Instagram o TikTok es notablemente limitada, con intentos esporádicos que rara vez se sostienen en el tiempo. La integración entre la radio tradicional y las plataformas digitales es débil en los procesos de producción. Aunque existen excepciones notables, la mayoría de las emisoras mantienen sus operaciones tradicionales y digitales como esferas relativamente separadas, o en el mejor de los casos, de replicación básica de la transmisión radial a través de streaming en audio o video.

Mención especial merece WhatsApp. Todas las emisoras estudiadas proporcionan números de esta plataforma para la interacción, y en algunos casos, este canal se promociona durante las transmisiones. Esta transformación hacia la interacción digital, aunque puede ampliar el alcance geográfico de la participación, requiere un análisis específico para evaluar sus implicaciones en las cualidades de la interacción.

La facilidad de enviar mensajes de voz o texto ha aumentado el volumen potencial de interacciones, pero, si bien puede representar ventajas de acceso, también puede estar reforzando patrones de control o reemplazando dinámicas de interacción al aire más significativas por parte de la audiencia. Por lo tanto, su adopción fue analizada como un proceso todavía incipiente, pues si bien es efectivo para interacciones básicas, podría estar reemplazando el desarrollo de estrategias digitales más comprensivas y diversificadas.

De hecho, la evidente subutilización de herramientas interactivas disponibles en todas las plataformas digitales, así como la inactividad y adaptación específica de contenidos a cada red, hacen que la potencia interactiva se diluya.

En contraste a esta incipiente digitalización, en los grupos focales se identificó que las redes sociales y el internet se han convertido en alternativas muy atractivas, en los contextos urbanos. Se observa una clara migración comunicativa hacia plataformas digitales, especialmente entre la población más joven, que privilegia la inmediatez y la asincronía que ofrecen las redes sociales y plataformas digitales. Este grupo valora la posibilidad de acceder «cuando quiera», además de presentar contenidos cada vez más refinados adaptados a los patrones de consumo individuales; característica que asocian con medios digitales como Facebook, Instagram, YouTube y otras plataformas de streaming. Además, las personas que no escuchan radio reportaron un uso mayoritario y casi exclusivo del celular como dispositivo de comunicación. Esto, sumado a la postura generalizada entre este grupo de audiencias acerca de que las redes sociales son la mejor alternativa para que una comunidad se mantenga informada y conectada, demuestra que la bifurcación en paralelo de lo radial, por un lado, y lo digital, por otro, significa que hay pocas posibilidades de encuentro entre dichas audiencias y las emisoras, en su estado actual.

Es posible que esta gran distancia que ahora mismo separa los procesos comunicativos pueda ser abordada y superada, pero eso no sólo depende de la

incursión de las emisoras en plataformas digitales, sino en una reflexión acerca de qué significa la experiencia de escuchar radio para la gente; y cómo una emisora comunitaria puede ir más allá en la creación de contenidos con otros lenguajes, canales y códigos, teniendo en cuenta que las personas que no escuchan radio no están desconectadas del mundo o su territorio: han encontrado alternativas efectivas en los medios nativos digitales, por lo que se vuelve imprescindible reconocer que la oferta radial actual no es compatible a una considerable porción de las audiencias en el centro del Huila.

Estamos, pues, ante una configuración sociotécnica de los procesos mediáticos en la que cada vez cobra más protagonismo el oyente/usuario en detrimento de las viejas autoridades del micrófono y el control máster. Esta transformación se presenta no como un proceso de sustitución, sino de diferenciación y articulación desigual entre las nuevas tecnologías y aquellas que son analógicas.

Las propuestas de contenido en las emisoras comunitarias del centro del Huila. Del arraigo local y la desconexión con actores clave

El análisis de la programación de las emisoras comunitarias del centro del Huila revela una tendencia hacia la homogeneidad en los formatos, con solo cinco categorías de agrupación predominantes en las franjas horarias que se analizaron.

La programación musical (y de manera subsidiaria, la radiofórmula) es el formato dominante, sea que cuenten con presentadores o sean automatizaciones que funcionan intercaladas con listas de reproducción y cuñas publicitarias o institucionales. Este hecho sugiere una estrategia orientada a la eficiencia y la facilidad operativa, aprovechando la música como un recurso sonoro accesible y central en la identidad de estas emisoras.

Los noticieros son el segundo formato en importancia; en contraste, los magazines y los programas religiosos tienen una menor participación en la parrilla. Aunque

estos últimos cuentan con una estructura que puede parecer similar a otros formatos más generalistas como el magazín, aunque con particularidades en cada caso.

Si se considera la distribución promedio de minutos por franja horaria estudiada (Gráfico 1), vemos cómo el tiempo dedicado a cada uno de los contenidos tiene un rango que no varía demasiado, con una hegemonía de la música y una relegación notable de la interacción con la audiencia en el tiempo al aire. Estas características, sin duda, hacen parte de los elementos más significativos de la actividad comunicativa de las emisoras, pues las transmisiones son el centro y la cara de su proceso mediático. Si bien no fue posible generar un análisis del discurso en profundidad sobre las cualidades de los contenidos, valdría la pena revisar, a futuro, no sólo la estructura general de las transmisiones sino también su mensaje y recepción específica.

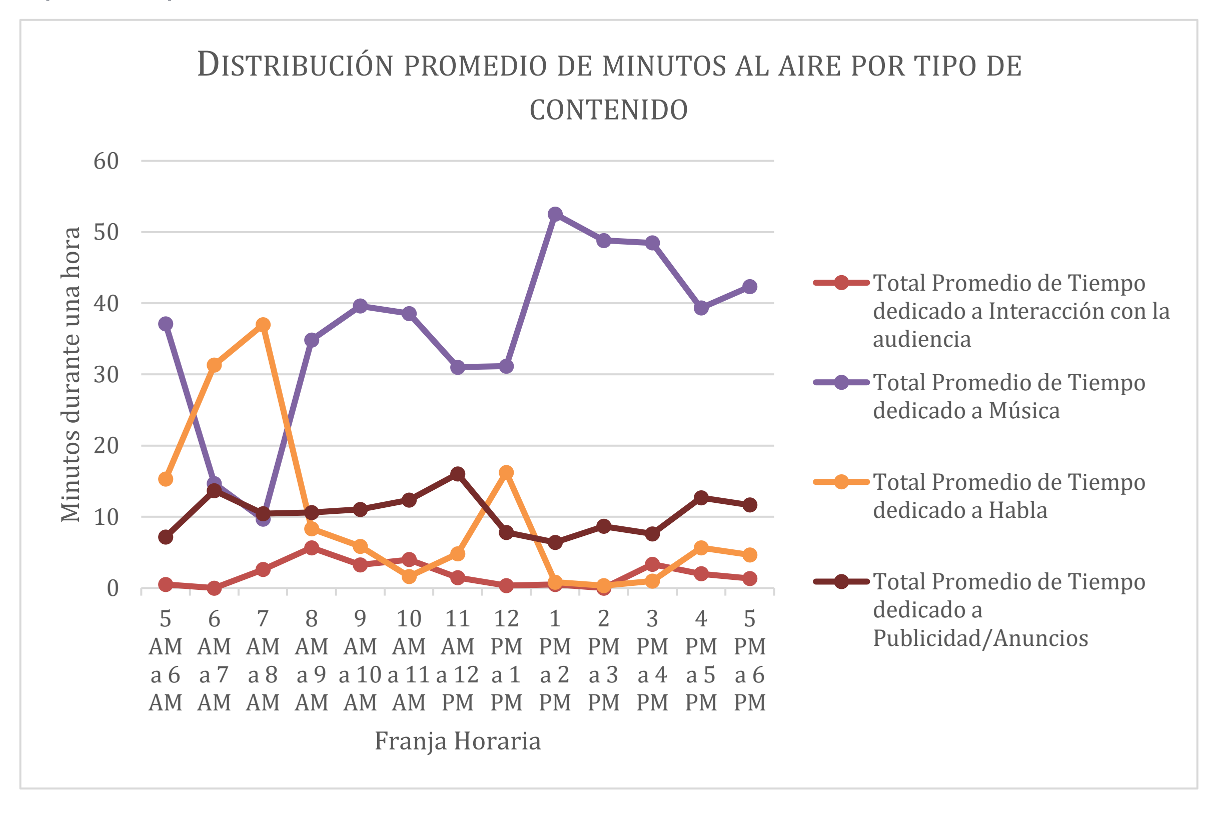


Gráfico 1. Elaboración propia

La producción de contenido en las emisoras analizadas muestra una marcada adherencia a formatos tradicionales y probados. Los noticieros matutinos,

magazines de entretenimiento y bloques musicales constituyen la columna vertebral de la programación. Esta persistencia de formatos convencionales, si bien garantiza cierta familiaridad para la audiencia, sugiere un estancamiento en la innovación programática que podría estar limitando el potencial comunicativo de estos medios.

La escasa experimentación con nuevos formatos o géneros radiofónicos es notable. Aunque algunas emisoras, muestran intentos esporádicos de innovación en sus segmentos informativos, estas iniciativas rara vez trascienden las estructuras tradicionales del periodismo radiofónico.

La producción de contenido original más allá de las noticias locales es extremadamente limitada, con pocas evidencias de programas de investigación, documentales sonoros, o formatos experimentales que podrían enriquecer la oferta mediática y aportar nuevas perspectivas sobre la realidad local.

De hecho, una característica fundamental de las transmisiones analizadas es lo que podríamos denominar "noticiero-centrismo": la concentración casi exclusiva del contenido informativo en los programas noticiosos tradicionales.

A propósito de esto, la agenda informativa de las emisoras muestra una dependencia significativa de comunicados oficiales, entrevistas con funcionarios públicos y coberturas de eventos institucionales. Esta orientación editorial, aunque puede responder a limitaciones prácticas en la producción de contenido, resulta en una representación parcial de la realidad comunitaria que tiende a reproducir perspectivas y narrativas dominantes.

A pesar de ello, es en estos noticieros, cuyas franjas horarias están bien identificadas en las primeras horas de la mañana, donde la interacción con la audiencia toma su mayor amplitud y se generan dinámicas de denuncia, opinión e información ofrecidas directamente por oyentes o personas del común.

Volviendo a la generalidad de la propuesta mediática, y en desarrollo de las características de los contenidos, la dimensión local emerge como un eje

fundamental que atraviesa y define la actividad mediática de las emisoras comunitarias del centro del Huila. Este enfoque localizado no se manifiesta simplemente como un ámbito geográfico de cobertura, sino que constituye una coordenada compleja que articula múltiples dimensiones de la experiencia comunicativa.

Por un lado, determina la selección y tratamiento de contenidos, orientando la atención hacia acontecimientos y problemáticas de impacto inmediato en las comunidades. Por otro, actúa como un prisma a través del cual incluso los acontecimientos nacionales se interpretan y contextualizan para su aplicación local.

Sin embargo, lo más significativo es quizás cómo esta dimensión trasciende la función meramente informativa para constituirse en un mecanismo de construcción y preservación de memoria territorial. A través de prácticas cotidianas como los saludos a paisanos que migraron a otras regiones o países; el uso variable de modismos y expresiones locales en la locución; las referencias constantes a lugares, veredas y barrios, creando un mapa sonoro de su área de influencia; y el abordaje de problemáticas y asuntos de interés público de nivel local; las emisoras se convierten en repositorios vivos de la experiencia comunitaria. Esta función, aunque raramente explicitada y limitada por la superficialidad en el tratamiento temático, representa una contribución fundamental a la construcción de identidad y cohesión social.

Ahora bien, la coordenada local como característica específica de los contenidos informativos y enunciativos de las emisoras contrasta de manera radical con la poca visibilidad otorgada a eventos y actores culturales locales.

Si ocasionalmente se mencionan actividades como festivales municipales o celebraciones tradicionales, esta cobertura tiende a ser superficial y centrada en aspectos logísticos o promocionales más que en el contenido cultural en sí. La

escasa profundización en el significado y valor de estas manifestaciones sugiere una oportunidad perdida para fortalecer el tejido cultural local.

Particularmente llamativa es la escasa promoción de artistas regionales en la programación regular. Aunque algunas emisoras durante los registros mostraron disponer dentro de su parrilla espacios específicos para circular música folclórica o tradicional, la visibilización activa de artistas locales contemporáneos es notablemente limitada.

Además de mostrar una evidente preferencia (y diríamos, exclusividad) de la música sobre otras expresiones artísticas. El análisis indica un predominio significativo de contenidos culturales masivos por encima de producciones locales. En la selección musical, géneros comerciales como el vallenato, la música popular y el regional mexicano ocupan espacios predominantes en la programación.

Si bien esta selección puede responder a preferencias de la audiencia, también sugiere una subordinación de expresiones culturales locales a lógicas comerciales más amplias. Si bien puede haber un debate acerca del arraigo, el origen folclórico y el carácter patrimonial de músicas como el vallenato o la carrillera, es justo anotar que la industria cultural hoy domina la circulación de dichos ritmos y géneros musicales; imponiendo lógicas de programación comercial que se orientan a grandes públicos y que moldean asimetrías con otros géneros y músicas, así como con artistas emergentes y locales. Imponiendo los productos culturales que provienen de la industria.

Esta situación es paradójica, considerando el rol potencial de las emisoras comunitarias siendo plataformas para la expresión y desarrollo del talento local. Si tenemos en cuenta que en los grupos focales, las personas señalaron que la música era un elemento fundamental de sus preferencias radiales e identidades, relacionada con prácticas diarias o a la memoria personal, desde un sentido de

arraigo generacional, esto indica la importancia de la música en los procesos de transmisión cultural y representación.

Así que hay una tensión latente para las emisoras, en el sentido de tener que sopesar su vinculación a los canales de circulación de la industria cultural y el deber de considerar la diversidad musical en la programación radial para atender a las preferencias de distintos grupos. Pero, sobre todo, dar cabida a aquellos actores que hoy son parte de procesos de creación artística y que no están teniendo los espacios dentro del escenario mediático local.

Algo distinto ocurre con otros actores o temas del entramado cultural regional. Pues si hablamos de lo religioso, este podemos decir que hay una presencia significativa de contenido alusivo, que refleja la profunda imbricación entre medios comunitarios y estructuras religiosas tradicionales. Estos programas actúan como puentes de la institucionalidad religiosa hacia las prácticas populares de fe, facilitando la traducción de doctrinas y rituales formales a contextos cotidianos.

Esta programación religiosa se caracteriza por una notable hibridación de formatos y funciones comunicativas, evidenciando una intersección compleja entre lo doctrinario, lo informativo y lo cultural. Además, la coexistencia en la misma franja horaria, de contenidos aparentemente contradictorios como música "de despecho", lejos de ser casual, refleja la integración orgánica de diferentes dimensiones de la experiencia cultural local en el espacio radiofónico.

Si bien la regularidad y protagonismo del contenido religioso abre interrogantes sobre el rol de las emisoras comunitarias en la reproducción de prácticas dominantes y su capacidad para representar la diversidad religiosa y cultural de sus comunidades. Este fenómeno sugiere que la producción de ese contenido en las emisoras comunitarias del centro del Huila debe entenderse, además de un ejercicio de proselitismo católico, como un elemento fundamental en la construcción y mantenimiento de tejidos socioculturales locales.

De hecho, los hallazgos de los grupos focales dan a pensar que la presencia de estos programas no solamente respondería a una demanda de contenido espiritual, sino que refleja y refuerza estructuras de valores y creencias profundamente arraigadas en las comunidades. Su presencia y características específicas revelan órdenes culturales y continuidades históricas que se actualizan y reconfiguran a través del proceso mediático.

Así las cosas, la dimensión cultural de las emisoras comunitarias del centro del Huila presenta una dicotomía particular. De una parte, son espacios que reflejan y refuerzan valores y prácticas locales, contribuyendo a la preservación de identidades territoriales. De otro lado, esta misma función puede resultar en la reproducción de patrones dominantes y en la subrepresentación de expresiones culturales alternativas o minoritarias.

Esta tensión se hace evidente en la programación musical, en el tratamiento de temas sociales y en la selección de voces que tienen acceso al micrófono. En el plano de la interacción cotidiana, estas emisoras han logrado establecer códigos y prácticas comunicativas que resuenan con las identidades locales. La forma en que nombran a sus audiencias ("amigos campesinos", "transportadores", "amas de casa") no solo refleja la composición social de sus comunidades, sino que contribuye a la construcción y refuerzo de identidades colectivas territorializadas. Esta capacidad de las emisoras para "hablar el lenguaje local" se manifiesta en el uso de referencias geográficas específicas y en la adopción de tonos y estilos comunicativos que generan familiaridad y cercanía.

Es notable cómo las transmisiones se convierten en espacios donde lo local adquiere centralidad, desde los saludos a habitantes de veredas específicas hasta el tratamiento de problemáticas municipales. Se hace necesario seguir indagando por las barreras y desconexiones existentes entre las emisoras y los demás actores del sector cultural, pues por el momento pareciera que su propuesta mediática no

contempla un tejido o una articulación creativa con los procesos artísticos y de gestión cultural del territorio, más allá de casos muy específicos y coyunturales.

Tensiones en la participación y el reconocimiento social de las emisoras comunitarias

La investigación revela una compleja red de tensiones, en lo referente a la participación y el reconocimiento social del medio. Estas contradicciones no son simples inconsistencias, sino que reflejan la complejidad de las dinámicas comunicativas contemporáneas y los desafíos que enfrenta la radio comunitaria.

Una primera tensión fundamental emerge entre el reconocimiento social y la comprensión institucional: mientras las emisoras comunitarias gozan de una alta valoración como instituciones fundamentales para sus comunidades, existe un significativo desconocimiento de su naturaleza comunitaria y de los mecanismos formales que permitirían materializar esa función social.

Esta brecha sugiere que el valor atribuido a las emisoras se construye más desde su rol histórico y su presencia cotidiana que por una comprensión profunda de su potencial transformador.

Los datos muestran variabilidad importante en la consciencia de las emisoras como "medios comunitarios" entre municipios, desde un alto conocimiento en Tarqui, hasta niveles más bajos como en Gigante y Garzón. Esta variabilidad muestra que la identidad comunitaria de las emisoras no es un atributo automáticamente percibido por las audiencias, sino una característica que requiere construcción y visibilización activa.

Así mismo, la brecha en el reconocimiento institucional se profundiza al examinar el conocimiento de mecanismos formales de participación. La ignorancia generalizada de las Juntas de Programación señala que además de tener problemas para que la gente las identifique como comunitarias, no hay un conocimiento público de sus estructuras participativas.

Este desconocimiento podría significar una barrera estructural para la participación efectiva, limitando las posibilidades de involucramiento más profundo de la comunidad en la gestión y desarrollo de estos medios.

Además, se evidencia una muy coyuntural vinculación de las emisoras con los procesos organizativos locales. Los llamados a la movilización comunitaria, cuando existen, tienden a responder a situaciones de emergencia o coyunturas específicas, sin evidencia de estrategias sostenidas en el fomento la organización y participación comunitaria a largo plazo.

La ausencia de espacios de articulación de discursos comunitarios alternativos y la falta de mecanismos para una participación más sustantiva sugieren una brecha significativa entre el potencial teórico de estos medios como catalizadores de cambio social y su realización práctica.

La transformación de esta dinámica requeriría no solo la implementación de mecanismos formales de participación, como juntas de programación activas y defensores del oyente, sino una reconceptualización más profunda del rol de la ciudadanía en la gestión y desarrollo de medios comunitarios.

La relación de los no oyentes con la radio comunitaria también permite vislumbrar las tensiones que atraviesan la dimensión participativa frente al reconocimiento social que hay hacia la radio. Aun cuando este grupo ha optado por otros medios para sus prácticas comunicativas, mantiene una valoración significativa del medio comunitario local y un fuerte interés en saber lo que pasa en el municipio.

Este reconocimiento del valor social de la radio comunitaria, incluso entre quienes no la consumen, propone que su legitimidad trasciende su función comunicativa inmediata y se ancla en una comprensión más amplia de su rol en el tejido social comunitario.

Una segunda tensión se manifiesta en la distancia entre la percepción de apertura y la participación efectiva. Las emisoras son ampliamente percibidas como espacios

abiertos y accesibles; sin embargo, esta percepción no se traduce en prácticas sustantivas. La participación, cuando ocurre, tiende a mantenerse en niveles básicos de interacción al aire, raramente alcanzando dimensiones más profundas de involucramiento en la producción de contenidos o en la toma de decisiones.

Esta brecha entre percepción y práctica nos habla de la existencia de barreras no evidentes que limitan la materialización del potencial participativo.

De hecho, esta tensión se intensifica cuando tenemos en cuenta que en algunos grupos focales se manifestó la percepción de la radio comunitaria como propiedad privada, al establecer una distancia entre la comunidad y los «dueños» o directores, que condicionan el acceso de instituciones y personas a la radio con el pago del tiempo al aire, estableciendo así una confusión entre lo privado y lo comunitario, donde la idea de la propiedad de las emisoras actúa como un inhibidor de la participación.

La noción de que "no se puede exigir nada porque no se aporta económicamente" revela una comprensión limitada del derecho a la comunicación y del carácter público del espectro radioeléctrico, incluso en el caso de medios comunitarios.

Ante esta circunstancia, las comunidades han desarrollado estrategias adaptativas para hacerse oír; la existencia de líderes comunitarios que mantienen vínculos con periodistas locales sugiere la emergencia de formas de mediación en el acceso y participación que, aunque limitadas, permiten canalizar ciertas demandas y preocupaciones comunitarias.

El análisis de contenido también brindó luces importantes al respecto de cómo se concibe la participación en el marco de las transmisiones y los procesos de producción radial. Quizás el hallazgo más significativo concierne a la naturaleza limitada y principalmente reactiva de los espacios dispuestos por la emisora.

La participación se caracteriza por responder a momentos y asuntos específicos, más que por formar parte de una estrategia deliberada de diálogo comunitario.

Es llamativo que, en el cómputo general de la estructura temporal de las transmisiones de las 5 emisoras estudiadas con este instrumento, el promedio de minutos por hora dedicado a la interacción con la audiencia fue de 2 minutos, que se considera un tiempo muy bajo y de distribución asimétrica frente a otros contenidos dentro de la programación.

Un aspecto particularmente restrictivo es la limitación temporal impuesta a las intervenciones. El análisis documentó que la mayoría de las interacciones de dan entre 30 segundos y 1 minuto (aunque hay casos que por la naturaleza del tema objeto de intervención toman más tiempo). Este rango temporal difícilmente permite el desarrollo de argumentos complejos, terminando por restringir las posibilidades creativas o interpelativas de la interacción al aire. Las intervenciones tienden a circunscribirse a propósitos específicos: saludos, peticiones musicales y denuncias puntuales, con tiempos limitados (1-4 minutos) y un control editorial que varía según el tipo de programa, siendo más estricto en espacios informativos que en magazines y radiofórmulas.

Aunque estas interacciones pueden contribuir a crear un sentido de comunidad y pertenencia en los oyentes participativos, su prevalencia sugiere una subutilización del potencial que tiene la radio para generar interacciones con y a través de los contenidos. Las denuncias ciudadanas tienden a estructurarse alrededor de secciones específicas en los programas informativos. Esto, si bien organiza la participación, podría estar confinándola a momentos y formatos predeterminados.

Notamos también una ausencia generalizada de espacios dedicados al debate o la deliberación pública. Ninguna de las emisoras analizadas durante las franjas horarias seleccionadas indicó tener programas regulares diseñados específicamente para facilitar el diálogo colectivo sobre temas de interés público. Esta carencia puede estar señalando una conceptualización limitada del rol de la radio comunitaria en la construcción de espacios democráticos de discusión.

Frente a esta circunstancia, en los grupos focales se registra un correlato de la dinámica restrictiva de la participación en las emisoras. Si bien existen elaboraciones críticas sobre los contenidos y posiciones que exigen mayor responsabilidad, sentido de pertenencia e imparcialidad de los comunicadores en las emisoras, hay una resistencia pasiva frente a contenidos o prácticas consideradas inadecuadas. Lo que indicaron los participantes es que la respuesta más frecuente ante el desacuerdo con la programación o el tratamiento informativo es apagar la radio, evitando la confrontación o el ejercicio activo del derecho a la crítica. Esta actitud refleja no solo una falta de mecanismos efectivos de participación, sino también una dinámica de no confrontación o interpelación al medio por parte de los oyentes.

Estas perspectivas se complementan al considerar las expectativas y disposiciones diferenciadas entre distintos perfiles de audiencia. Hay audiencias que no conocen formas de participación, no han participado, ni les interesa involucrarse con el medio comunitario más allá de su relación actual. En cambio, algunos grupos son conscientes de que son un actor con capacidad y responsabilidad para incidir en la orientación y contenidos de las emisoras, aunque no encuentren un camino de desarrollo de ese potencial.

Para acercarse a una caracterización de los comportamientos y características comunes de las audiencias a partir de la dimensión participativa de la relación con las emisoras, construimos los siguientes perfiles tipos ideales a partir de sus hábitos radiales, experiencias y disposiciones:

- Audiencias Distantes sin Voluntad de Involucramiento: Un núcleo considerable de oyentes que no solo se identifica como indiferente y desinteresado sino con ningún interés en participar en la emisora comunitaria.
- Audiencias Altamente Participativas: Un pequeño grupo de oyentes que ya han tenido la experiencia de participar y tienen disposición activa al involucramiento en la actividad comunicativa de la emisora comunitaria.

- Audiencias Receptivas con Disposición Variable: Oyentes que cuyo vínculo puede ser constante o variable pero que pueden tener una condicionada participación en la dinámica de la emisora comunitaria.
- Audiencias Escépticas con Voluntad de Involucramiento: Oyentes autoidentificados como indiferentes o desinteresados, pero que en alguna circunstancia puede considerar participar en la emisora comunitaria.

El cruce de estos perfiles con el conocimiento y las experiencias específicas de participación revelan que la participación se configura como un fenómeno estratificado en las emisoras comunitarias, donde diferentes niveles y formas de involucramiento coexisten y se tensionan.

Mientras las formas básicas de interacción (llamadas, mensajes) son relativamente comunes, las modalidades más profundas de participación permanecen como territorio poco explorado. Esta estratificación no parece ser producto únicamente de barreras técnicas o formales, sino que refleja concepciones arraigadas sobre el rol de la audiencia y los límites de la participación mediática.

Esta estratificación sugiere que la relación de las comunidades con sus emisoras comunitarias es más compleja que una simple dicotomía entre apertura y cierre. Las emisoras parecen haber logrado establecer una fuerte presencia simbólica y un reconocimiento de su valor comunitario, pero enfrentan desafíos en la traducción de esta valoración social en mecanismos efectivos y accesibles de participación.

Esta complejidad plantea desafíos importantes para la gestión de las emisoras comunitarias: ¿Cómo traducir el alto reconocimiento simbólico en participación efectiva? ¿Cómo cerrar la brecha entre la apertura percibida y la facilidad práctica de participación? ¿Cómo fortalecer el conocimiento y uso de mecanismos formales de participación sin perder la valoración positiva ya alcanzada?

La respuesta a esas preguntas probablemente requiera un enfoque que reconozca y trabaje con estas diferentes capas de relación entre la emisora y su comunidad.

Si consideramos que solo el 15.5% de los oyentes encuestados reportó haber tenido alguna experiencia directa en la producción o transmisión de contenidos, podemos decir que la existencia de la disposición mayoritaria a involucrarse más activamente que encontramos en la encuesta señala un potencial latente que podría ser aprovechado mediante el desarrollo de estrategias más efectivas para la promoción y facilitación de la participación.

Valoraciones y preferencias, no es sencillo saber por qué la gente escucha radio

La investigación nos llevó a identificar cómo diferentes perfiles de audiencia tienen formas distintas de apropiación y uso de los contenidos, es decir, procesos donde las preferencias y recepciones se construyen socialmente en la dinámica mediática.

No se trata simplemente de predilecciones diferenciadas, sino de modos particulares de integrar el medio radiofónico en sus vidas y de utilizarlo para dar sentido a sus experiencias. Estas diferencias no son aleatorias, sino que responden a configuraciones sociales específicas, y determinadas en la multidimensionalidad.

En cuanto a los procesos de fidelización, el análisis revela que aquélla se construye a través de una compleja interacción de factores, donde destacan principalmente (pero no exclusivamente):

- Factores de Contenido y Estilo: La programación musical y el acceso a información local emergen como los elementos más valorados en la construcción de preferencias, con una marcada importancia de las noticias municipales y el estilo musical. Este hallazgo sugiere que estos puntos de anclaje podrían tener una jerarquía mayor en la configuración subjetiva de la audiencia.
- Factores Tradicionales y Circunstanciales: La costumbre propia o la tradición familiar aparece como un factor significativo, indicando que las preferencias radiofónicas se construyen también a través de procesos de continuidad en

el tiempo e incluso transmisión cultural intergeneracional. Los horarios de emisión emergen como un factor circunstancial crucial, pudiendo indicar que la sincronización con las rutinas cotidianas de la audiencia es fundamental para la fidelización.

- Factor territorial: Las emisoras comunitarias muestran un significativo arraigo y penetración en sus municipios de origen, confirmando la efectividad del modelo en conexión con la proximidad territorial. Este éxito se evidencia en que, en la mayoría de los municipios, las emisoras comunitarias locales emergen como la opción preferida, superando a medios comerciales y otras alternativas. Por supuesto, existen variaciones territoriales en las preferencias, probablemente influenciadas por factores de cobertura radioeléctrica y el vínculo específico de cada medio con su comunidad.

Una anotación que ayuda a comprender el carácter matizado de los factores y del alcance de la palabra “fidelización”, se puede encontrar al momento de revisar lo que indican las prácticas o hábitos de los oyentes de radio registradas a través de la encuesta.

En promedio la gente escucha hasta 3 emisoras dentro de las distintas opciones disponibles (independientemente si son del mismo municipio o si su carácter es comunitario); a esto se suma otro hallazgo significativo: la apertura de las distintas audiencias hacia nuevas propuestas radiofónicas.

Es decir que, mientras existen preferencias claras por ciertas emisoras, estas no se traducen en lealtades exclusivas, como lo demuestra la disposición de la gran mayoría de los oyentes a escuchar una nueva emisora. Lo que sugiere que la forma de fidelización actual no implica exclusividad o rigidez en las preferencias.

Esta apertura podría interpretarse como una señal de vitalidad del medio radial entre la población de radioescuchas, percibiendo un espacio para la innovación y

diversificación, o incluso que estas audiencias mantienen expectativas no satisfechas que podrían ser atendidas por nuevas propuestas.

Esta disposición se materializa en intereses temáticos específicos, donde destacan de manera primordial las preferencias por contenidos relacionados con el medio ambiente y la cultura local. Y aunque la información de lo que pasa en el municipio es altamente valorada, existe una demanda significativa por nuevos enfoques y temáticas.

Si vamos hacia las recepciones, el análisis de las características del contenido radial desde la perspectiva de la audiencia confirma su multidimensionalidad. Las funciones cognitivas, como la comprensión del contexto y el aprendizaje, son las más reconocidas por los oyentes, seguidas por la necesidad de acompañamiento. Las funciones de integración personal y social muestran mayor variabilidad, y en cuanto a la construcción de vínculos emocionales con el medio se evidencia una capa de complejidad particular.

Las emociones reportadas por los oyentes no son simples reacciones a contenidos, sino que forman parte de un proceso más amplio de elaboración de memorias, identidades y sentidos compartidos. La coexistencia de emociones aparentemente contradictorias -alegría y nostalgia, preocupación y tranquilidad- sugiere que la radio opera como un espacio de procesamiento emocional que permite articular diferentes dimensiones de la experiencia vital.

Particularmente significativa es la forma en que la radio media entre lo individual y lo colectivo. Si bien se observa una tendencia hacia experiencias más individualizadas de escucha, esto no implica necesariamente un debilitamiento de su potencial como constructora de sentidos compartidos. Más bien, hace pensar en una transformación en las formas de articulación entre lo personal y lo social.

Las tensiones de los usos se encuentran más frecuentemente en las dimensiones de identidad e integración social, donde los oyentes reportan una moderada

identificación con los valores presentados en los contenidos, aunque reconocen fuertemente la capacidad del medio para ayudarles a entender mejor a los demás. Otra tensión se evidencia en el alcance de la integración social, que permite experimentar la radio como compañía individual, pero muestra resultados más moderados en la construcción de sentidos colectivos de pertenencia. Finalmente, está la tensión entre el alto reconocimiento de la radio como fuente de aprendizaje y comprensión frente al uso directo de esta información en la vida cotidiana que mostraría dinámicas más variables y selectivas.

Con lo que hemos anotado, vemos cómo las recepciones aparecen en nuestra investigación en la forma de proceso no estandarizado ni predeterminado. Por ejemplo, cuando las audiencias reconocen a la radio como fuente legítima de conocimiento local, están validando no solo su capacidad para transmitir datos, sino también de alguna manera su rol como intérprete de la realidad territorial. Este reconocimiento, sin embargo, no es acrítico: las audiencias desarrollan patrones selectivos y diferenciados de apropiación de la información, integrándola de manera activa en sus propios marcos de comprensión y acción.

Varios ejemplos se registraron en los grupos focales. En las zonas rurales, donde la información es valorada como un servicio público con la responsabilidad de orientar a la comunidad, los participantes expresan la necesidad de una mayor vinculación entre la programación de las emisoras y las dinámicas comunitarias locales. Indicando que, a pesar de su carácter comunitario, estos medios enfrentan desafíos en su capacidad para reflejar y articular efectivamente las experiencias y necesidades de sus audiencias.

Se identificó también una preocupación generalizada por la posible manipulación de la información radial por parte de la institucionalidad local. La participación de instituciones como las alcaldías en la programación genera percepciones ambivalentes: mientras se reconoce su valor para la difusión de información de

servicio público, existe preocupación por la potencial pérdida de autonomía editorial y la autocensura en temas sensibles de interés público.

Esta tensión revela un dilema fundamental que enfrentan las emisoras comunitarias; que es la necesidad de mantener relaciones institucionales que faciliten su función de servicio público, mientras preservan su capacidad crítica y su independencia editorial.

Los grupos focales también permitieron identificar una disparidad en la confianza de las audiencias hacia la información transmitida. Si bien existe una base de certidumbre en lo que la radio emite, las y los oyentes muestran una actitud crítica, particularmente cuando perciben sesgos o manipulación en el tratamiento de ciertos temas. Esta situación ha llevado a algunos oyentes a buscar fuentes alternativas, incluyendo emisoras nacionales, para contrastar y complementar la información local.

Estos hallazgos contribuyen a la comprensión de la composición e identidad de la audiencia radial hoy, evidenciando la configuración social de la radio como un medio multifacético que satisface necesidades diversas y participa en la construcción de la realidad de sus oyentes. Las audiencias radiales en el centro del Huila mantienen una relación activa y compleja con el medio, apropiándose de los contenidos de maneras diversas y significativas para su vida cotidiana.

Pareciera que hay una fuerte legitimidad de la radio en tanto fuente de conocimiento local y comprensión de la actualidad, simultáneamente funciona como espacio de procesamiento emocional y mediador social. La audiencia mantiene una relación activa y crítica con los contenidos, ejerciendo agencia en su selección y apropiación. Esta caracterización de la recepción plantea tanto oportunidades como desafíos para la radio comunitaria, particularmente en su capacidad de articular las dimensiones individuales y colectivas de la experiencia mediática.

Ser audiencia hoy

La investigación ha permitido identificar una rica tipología de audiencias que trasciende la simple división entre oyentes y no oyentes. Ya en otros apartados hemos mostrado algunos de esos "tipos ideales", construcciones conceptuales que ayudan a comprender las diferentes formas de relación con la radio comunitaria, sin pretender encasillar o limitar la realidad compleja de las audiencias.

La distribución porcentual prácticamente igualitaria entre quienes escuchan y no escuchan radio en el centro del Huila establecida con la encuesta se presenta un primer insumo que daría cuenta, no un binarismo de relaciones, como se podría creer, sino un abanico de posibilidades de configuración y de maneras de acercarse a las audiencias.

Consideramos pertinente complementar los hallazgos presentados hasta el momento con los resultados de aquellas diferencias más específicas en estas audiencias, comenzando por su dimensión sociodemográfica y luego por sus prácticas mediáticas.

Este apartado pretende defender la idea de que es imprescindible que, en cualquier estudio de audiencias (más en los desarrollados por o para emisoras comunitarias), se incluya en el diseño metodológico aquellas personas que reportan una distancia o inactividad con el medio, es decir, escuchar a quienes no escuchan radio.

Un primer elemento de peso dentro de esta diferenciación es la edad, que actúa como moduladora de otros elementos socioculturales que se imbrican de tal manera que generan agrupaciones sociales que podemos usar como indicios de cada forma de relacionarse con el medio.

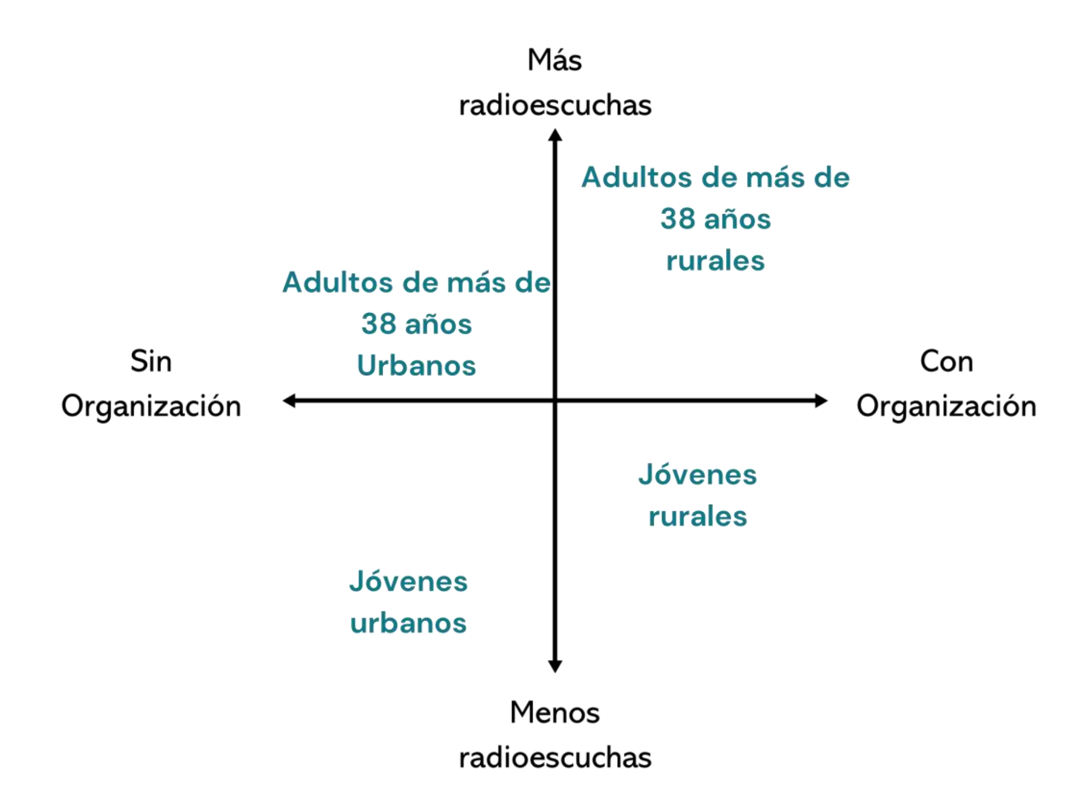


Ilustración 1. Plano cartesiano de categorías, eje (Y) cantidad de radioescuchas, eje (X) reporta ser miembro de organización social

En la encuesta y los grupos focales fue patente la diferencia entre jóvenes y adultos en su práctica radial. Cuando más sube la edad, es más probable encontrar personas que escuchen radio. Hay diferencias generacionales claras: Los adultos mayores mantienen una relación más estable y cotidiana con la radio tradicional, integrándola como parte fundamental de sus rutinas diarias. En contraste, las generaciones más jóvenes han desarrollado prácticas mediáticas que privilegian las plataformas digitales, valorando en especial su inmediatez y flexibilidad.

Esta diferencia generacional se encuentra más intensa en el sector urbano, donde se observa una marcada tendencia al abandono del medio entre estos grupos etarios. Mientras que en la zona rural esta diferencia es más matizada,

La característica organizativa añade otra capa de complejidad: existe una correlación positiva entre la participación en organizaciones comunitarias y los hábitos de escucha radial, particularmente visible en las Juntas de Acción Comunal (JAC) y grupos religiosos. Sin embargo, esta distribución varía significativamente en

cada municipio, sugiriendo configuraciones sociales específicas que moldean la relación identificada.

Siguiendo esos resultados se construyeron estos cinco perfiles tipo ideales:

- Adultos Mayores de 48: Este grupo se caracteriza por tener un alto consumo de radio. Su nivel educativo tiende a ser primario o incluso sin escolaridad, y muchos se encuentran en situación de independencia laboral o desempleo.
- Personas Activas en Organizaciones Comunitarias: Este grupo, que incluye miembros de JAC, grupos religiosos y otras organizaciones, se caracteriza por un mayor consumo de radio. Esta tendencia se observa tanto en zonas rurales como urbanas, aunque es más marcado en la ruralidad donde la participación en JAC es más prevalente. En este grupo se encuentran personas de diversas edades, aunque se observa una mayor concentración en las de 38 a 48 y 48 a 58 años.
- Jóvenes y Adultos Jóvenes: Este grupo se caracteriza por un menor consumo de radio en comparación con otros grupos. Su mayor acceso a la educación y su inserción en el mercado laboral formal e informal son características demográficas particulares, aunque su mayor exposición y uso de tecnologías digitales puede configurar preferencias hacia estos medios. Los jóvenes que habitan áreas rurales serían los que mayor intensidad de abandono radial presentan.
- Personas con Baja Participación Organizativa: Las personas que no participan activamente en organizaciones comunitarias tienen una menor propensión a escuchar radio. Si bien la zona rural se asocia generalmente con un mayor consumo de radio, es importante destacar que este no es un comportamiento homogéneo, las personas que no participan en organizaciones en la ruralidad tienden a escuchar menos radio.

Las diferencias encontradas en lo sociodemográfico se extienden hacia las prácticas mediáticas. Para quienes se identifican como oyentes, la escucha se asocia principalmente con el ámbito privado, desarrollándola en casa mientras se realizan tareas domésticas, se cocina, se descansa, se adelantan estudios o se busca compañía.

Entre quienes escuchan radio, destaca una práctica de alta sintonía (70.5% son oyentes diarios, según la encuesta), con una dinámica de consumo matutino dominante, que señala esa franja como aquella que concentra la mayor porción de escucha. Este patrón temporal no es casual, sino que se integra orgánicamente con las actividades diarias de los oyentes sobre todo aquellas que son estacionarias.

Esta audiencia construye activamente sus preferencias, manejando un promedio de tres emisoras en su repertorio y mostrando una clara agencia en la selección de contenido. La mayoría predominante busca programas conocidos o explora la oferta radial hasta encontrar algo que le guste, lo que indica un proceso de construcción de preferencias muy vinculado a la práctica de escucha.

Esto muestra que en el caso de quienes identifican oyentes, la recurrencia en la escucha puede construir relaciones que se retroalimentan constantemente, lo que hace emerger como un rasgo característico de la relación entre radioescuchas y emisoras la continuidad, recurrencia y familiaridad. Hablamos de una audiencia que tiene como característica fundamental la construcción de un vínculo permanente y reiterativo con la radio.

¿Y qué nos dicen quienes no escuchan? La inmensa mayoría declara haber oído radio en el pasado. Esto directamente nos lleva a decir que este grupo de personas tiene una referencia y ha tenido alguna experiencia con el medio, por lo que su relación con las emisoras no sería construida por imaginarios o relatos exteriores.

Con los no oyentes, no encontramos frente a un grupo que caracteriza su relación con la radio por el abandono, y no por el desconocimiento. Este hallazgo

fundamental que nos permitió la encuesta nos muestra a esta audiencia como sujeto de una transformación en las prácticas mediáticas, y no un grupo objeto de exclusión, que sufre falta de acceso o exposición inherente al medio.

Las razones de este abandono se agrupan en tres grandes categorías: transformaciones en el ecosistema mediático, representadas principalmente por la preferencia por otros medios; cambios en los estilos de vida, reflejados en modificaciones de horarios y rutinas; y barreras técnicas de acceso, que incluyen problemas de cobertura y pérdida de dispositivos.

Esta distribución de razones lleva a pensar que el abandono es un fenómeno multifacético. La ligera predominancia de factores relacionados con el ecosistema mediático sugiere que la radio enfrenta un desafío de propuesta comunicativa en un entorno cambiante y en disputa; esto se sumaría a las tendencias que ya veíamos en el apartado de configuración sociotécnica y TIC.

Es necesario entender que el abandono no es un simple rechazo al medio; y aquí también emerge una gran revelación: estos no oyentes son audiencias que no sintonizan radio porque su relación mediática se ha configurado con otros canales y formas comunicativas.

Por lo tanto, las emisoras comunitarias enfrentan un desafío que va más allá de superar barreras técnicas o ajustar horarios. La combinación de una inmensa mayoría que abandonó la escucha, pero que en una proporción similar reporta una alta disposición condicionada al retorno, lleva a considerar la existencia de una relación por explorar o retomar. Aunque dicho potencial requiere ser evaluado y aterrizado en sus condiciones subjetivas, sociales y materiales.

La alta disposición entre los no oyentes a escuchar una nueva emisora y la estratificación clara entre condiciones altamente valoradas y aquellas con una valoración moderada o baja sugiere una jerarquía de expectativas que podría guiar estrategias de reconexión con estas audiencias potenciales.

Estas audiencias mantienen un fuerte interés en la información local y muestra apertura significativa hacia la participación mediática bajo condiciones específicas. La preferencia por canales digitales no implica un rechazo absoluto a medios más tradicionales como la radio, sino, tal vez, una búsqueda de complementariedad o preferencia en el consumo informativo.

Este es probablemente el hallazgo más significativo de la investigación: las personas que no escuchan radio se constituyen en un grupo heterogéneo de audiencias con distintas relaciones con lo mediático y específicamente con lo radial.

Para este relacionamiento, también se construyeron perfiles a través de tipos ideales que sirven de orientación sobre las características más claves y frecuentes:

- Audiencia sin sintonía radial con posibilidad de retorno condicionado y participativo: Una buena porción de las personas del grupo que no escucha radio. Son personas que fueron oyentes en algún momento y que tienen reparos y puntos de articulación para retomar su vínculo con el medio, particularmente a través de la producción participativa de contenido.
- Audiencia sin sintonía radial con posibilidad de retorno condicionado y no involucrado: Una parte de las personas que fueron oyentes que podrían volver a escuchar radio, pero no les interesan los procesos de involucramiento en la producción de contenidos.
- Audiencia divergente con mayor énfasis en los medios digitales: Hay una audiencia que se ha alejado definitivamente de la radio y que ha construido una relación diversa e interesada con otros medios, particularmente los digitales.
- Audiencia que desconoce la radio, pero muestra interés en explorar, pero no participar: Una pequeña minoría de la población no ha escuchado radio nunca, pero podría estar dispuesta a explorar nuevas propuestas sin que para ellos sean relevantes las posibilidades de participación.

La relación de los no oyentes con la radio en el centro del Huila es una rica construcción social que desafía interpretaciones simples de abandono o desinterés. El fenómeno emerge más como una transformación en las prácticas mediáticas que un rechazo definitivo al medio, sugiriendo la posibilidad de reconexión bajo condiciones específicas.

Conclusiones

La multidimensionalidad de las audiencias: Entre permanencias y transformaciones

La investigación nos permitió conocer un panorama complejo donde las audiencias se configuran a través de múltiples dimensiones que se entrecruzan y se tensionan. La encuesta y los grupos focales indicaron que la edad emerge como un factor determinante, estableciendo patrones diferenciados de consumo que se intensifican o atenúan según el contexto territorial y social. Esta variable generacional, sin embargo, no opera de manera aislada, sino que se entrelaza con dinámicas territoriales y sociales específicas, que implica que lo sociodemográfico está en conexión con otros aspectos del proceso comunicativo.

Por otra parte, quienes no escuchan radio no constituyen un grupo homogéneo. Sus razones para el abandono del medio son diversas, desde transformaciones en el ecosistema mediático hasta cambios en estilos de vida, pero mantienen un fuerte interés en la información local y reconocen el valor social de la radio comunitaria. Esta aparente contradicción sugiere que el alejamiento del medio no implica necesariamente un rechazo a su función social, sino una transformación en las prácticas de consumo mediático.

La mediación tecnológica añade otra dimensión fundamental: mientras los radioescuchas muestran una marcada preferencia por dispositivos tradicionales (incluso cuando poseen competencias digitales avanzadas), los no oyentes han

desarrollado prácticas mediáticas centradas en la movilidad y personalización digital. Esta bifurcación tecnológica no es meramente instrumental, sino que refleja concepciones distintas de la experiencia mediática y sus funciones sociales.

Las dimensiones de participación y representación mostraron que existe una notable brecha entre el reconocimiento del valor social de las emisoras comunitarias y el conocimiento/uso de sus mecanismos formales de participación.

Esta distancia se manifiesta de manera diferenciada entre municipios y grupos sociales, indicando que la participación mediática está condicionada por dinámicas que trascienden el simple acceso o la disponibilidad de canales o mecanismos.

En términos de recepción y gratificación, las audiencias muestran patrones sofisticados de uso y apropiación. La radio mantiene una alta legitimidad como fuente de conocimiento local y espacio de procesamiento emocional, aunque su efectividad en cuanto constructora de identidades colectivas es menos considerada. La dinámica en los usos y gratificaciones ha mostrado que las audiencias mantienen una relación crítica y selectiva con el medio, negociando activamente sus valores y necesidades con los mensajes que reciben.

Esta multidimensionalidad de las audiencias desafía visiones simplistas sobre el consumo radiofónico y reivindica la necesidad de construir programas de investigación, metodologías e instrumentos que sean sensibles, flexibles y oportunos para poder indagar dichas realidades en busca de reconstrucciones teóricas más sólidas y fructíferas.

Pensamos que estos elementos deben ser considerados como aportes a quienes deseen elaborar estudios sobre audiencias para tener la capacidad de construir desde los matices, contradicciones y relaciones específicas de la totalidad concreta.

De hecho, la inclusión en este ejercicio de aquellos que no escuchan radio, sin considerarles simplemente "audiencia potencial" o "audiencias pasivas", permitió

tener una imagen más completa de qué hablamos cuando nos referimos a la radio como configuración mediática.

Esto muestra la importancia de incluir dentro de los estudios de audiencia incluso a aquellos actores que no tienen una actividad o interacción directa con el medio. Fue evidente que esta inclusión permitió abrir las perspectivas de reconstrucción teórica, pues cuando hablamos de audiencias o de comunicación comunitaria no podemos quedarnos solamente con la voz de quienes ya están involucrados en el proceso mediático. Incluso aquellos que no se consideran parte de la actividad comunicativa de una emisora comunitaria (y otras formas mediáticas) tienen algo que decir y construyen una relación particular con el medio.

La participación, una potencialidad y promesa todavía por concretarse

La participación se revela como un fenómeno estratificado, donde diferentes niveles y formas de involucramiento coexisten y se tensionan. Mientras las dinámicas básicas de interacción (llamadas, mensajes) son relativamente usuales, las modalidades más profundas de participación permanecen como territorio poco explorado.

Esta estratificación no parece ser producto únicamente de barreras técnicas o formales, sino que refleja concepciones arraigadas sobre el rol de la audiencia y los límites de la participación mediática.

Las emisoras han desarrollado una estructura participativa estratificada que refleja, y en cierta medida reproduce, las relaciones sociales existentes en sus territorios. En el nivel más básico, encontramos una participación cotidiana y espontánea de la ciudadanía del común, a través de la interacción al aire con saludos, peticiones musicales y comentarios coyunturales. En un segundo nivel, estarían aquellas ocasiones en que algunas personas de la comunidad son invitadas a un programa

o se les facilita el acceso a los micrófonos para realizar denuncias o exponer problemáticas.

Sin embargo, hay una clara diferenciación en la participación y el poder comunicativo en el siguiente nivel. Allí se encuentran actores como autoridades locales, grandes empresas privadas y los mismos comunicadores que trabajan en la emisora, quienes tienen un acceso privilegiado a los espacios al aire y su voz tiende a ser presentada como de mayor peso en el proceso mediático. Estas relaciones de poder diferenciadas, nos recuerda aquello que planteaba Mata acerca de que "la radio, más allá de sus dimensiones institucionales, es sobre todo una relación comunicativa" (Mata, 2012, p.20).

Además, hay un nivel de participación inexplorado, que sería aquel que el investigador Lizandro Angulo Rincón (2012) basado en una propuesta de la UNESCO reformuló como "intervención activa", que contemplaría los componentes de *organización o adopción de decisiones*; *producción y realización*; y *planificación en el medio comunitario*. La investigación hizo ver que dichos niveles y procesos hoy son desarrollados con una dinámica de control exclusiva por parte de los directivos, configurándose una idea en el sentido común de las mayorías de las audiencias: el directivo es el «dueño» y la emisora es «propiedad privada».

De hecho, es claro que hay múltiples barreras para esa participación más profunda o de Intervención Activa. El desconocimiento de la naturaleza comunitaria de las emisoras y la baja familiaridad con mecanismos formales de participación constituyen obstáculos fundamentales. A esto se suman barreras técnicas, evidenciadas en los problemas de sintonía reportados en varios municipios, y barreras estructurales relacionadas con la reducida promoción y gestión de formas más profundas de participación.

Es importante señalar que estas limitaciones podrían responder tanto a restricciones operativas y de recursos como a concepciones específicas sobre el rol de la

participación ciudadana en la emisora comunitaria. La validación de estas observaciones y la exploración de sus causas subyacentes requerirán una investigación más profunda y de contraste, que permita comprender mejor las perspectivas, tanto de quienes lideran el medio comunitario como de audiencias.

Pero la existencia de múltiples tensiones y brechas estructurales en la construcción de procesos participativos no debe ser ligada únicamente a lo que hace o deja de hacer la emisora; la acción propositiva de la audiencia es vital en la transformación de las relaciones existentes.

El potencial identificado para expandir la participación, evidenciado en la alta disposición a mayor involucramiento, sugiere que es posible fortalecer el ejercicio del derecho a la comunicación desde las audiencias.

Sin embargo, esto requerirá desarrollar estrategias que traduzcan la apertura percibida en mecanismos efectivos de participación. La variabilidad entre municipios y perfiles de audiencias en su voluntad participativa señala la importancia de considerar contextos locales y aspectos diferenciales en el desarrollo de estas estrategias, reconociendo que cada comunidad o audiencia puede requerir de propuestas distintas.

Al considerar las expectativas y disposiciones participativas diferenciadas entre los perfiles de audiencia, desde aquellos que mantienen una relación puramente receptiva con el medio hasta quienes muestran disposición a formas más activas de involucramiento, existe un espectro amplio de posiciones que desafía cualquier aproximación uniforme a la promoción de la participación.

Esto demuestra que los procesos participativos deben ser estructurados desde el reconocimiento de esas características distintivas de las audiencias y su relación multidimensional con la radio.

El fortalecimiento de la dimensión participativa de la radio comunitaria requiere más que la simple ampliación de canales o mecanismos. Implica un trabajo más profundo

de reconceptualización de la relación entre emisoras y audiencias, y el desarrollo de estrategias que puedan tender puentes del reconocimiento social del medio con su potencial como espacio de construcción colectiva.

Implica también una transformación a largo plazo de aquellas subjetividades arraigadas que desconectan la escucha radial y la experiencia de ser oyente, de la participación en las emisoras comunitarias.

Seguramente habrá cuestionamientos y una tensión latente ante el asunto de sostenibilidad económica, tal como lo reconoce la misma audiencia en sus aportes en la investigación. Esta tensión debe llevar a considerar que la construcción de espacios participativos efectivos requiere abordar, no solo aspectos comunicativos sino incluso las condiciones materiales que permiten la sostenibilidad de los medios comunitarios. Y en eso las audiencias y las comunidades también podrían intervenir.

Es posible concluir que la configuración actual de la participación, principalmente como un ejercicio de interacción básica más que una construcción colectiva del medio demuestra que hay una garantía limitada del derecho a la comunicación.

El futuro de estas emisoras comunitarias dependerá de su capacidad para equilibrar su función como espacios de proximidad cultural con un rol más activo en la promoción del diálogo social y la participación ciudadana. Esto implica desarrollar estrategias conscientes para incluir voces subrepresentadas y fomentar la deliberación sobre asuntos de interés público. En este sentido, las nuevas tecnologías podrían jugar un papel crucial, no solo como herramientas de interacción, sino también medios para transformar las relaciones entre emisoras y audiencias hacia modelos más horizontales y participativos.

De competencia, a complemento. Las Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación en el proceso mediático comunitario

La relación entre las audiencias y las Tecnologías de Información y las Comunicaciones (TIC) en el centro del Huila atraviesa un momento significativo de reconfiguración, en el que la emergencia de nuevas tecnologías digitales no ha producido un simple desplazamiento de las formas tradicionales de consumo radiofónico, sino que ha dado lugar a configuraciones sociotécnicas complejas y en continua transformación.

Nos encontramos ante un momento de transición donde diferentes configuraciones no solo coexisten, sino que se influencian mutuamente. Las emisoras comunitarias se encuentran en el centro de esta transformación, enfrentando el desafío de mantener su actividad comunicativa mientras navegan las posibilidades y limitaciones que presentan las nuevas TIC.

La adopción de tecnologías digitales en la producción y oferta comunicativa de las emisoras se caracteriza por una marcada heterogeneidad en recursos, capacidades y estrategias. Este fenómeno merece un análisis detallado que considere tanto las manifestaciones específicas de esta disparidad como sus implicaciones más amplias para la función comunitaria de estos medios.

La integración de nuevas tecnologías, particularmente WhatsApp, ha modificado las formas de interacción entre emisoras y audiencias, generando una dinámica híbrida donde la inmediatez digital se combina con la transmisión tradicional. Esta adaptación tecnológica, aunque parcial, ha ampliado las posibilidades de participación instantánea y ha creado nuevos canales para que los oyentes se involucren en las transmisiones. Sin embargo, esta integración tecnológica también revela una tensión interesante: mientras facilita ciertos tipos de participación (saludos, peticiones musicales, denuncias puntuales), no necesariamente profundiza

la calidad del diálogo social ni amplía sustancialmente los espacios de deliberación pública.

Los hallazgos plantean desafíos y oportunidades significativas para la radio comunitaria en el centro del Huila. La persistencia del interés en información local, combinada con el reconocimiento social de las emisoras, denota la existencia de un espacio para la renovación del medio que podría atraer incluso a quienes actualmente no lo consumen. El desafío radica en desarrollar una propuesta que pueda dialogar efectivamente con las nuevas prácticas mediáticas sin perder su esencia comunitaria.

Este proceso de reconfiguración sociotécnica no es lineal ni predeterminado. Las formas en que diversos grupos sociales adaptan o resisten diferentes tecnologías sugieren que el futuro de la comunicación comunitaria no será simplemente digital o analógico, sino que probablemente emergerá de la articulación creativa de arreglos tecnológicos y prácticas sociales.

La clave parece estar, no en la superación de una tecnología por otra, sino en la capacidad de construir puentes entre distintas formas de experiencia mediática que permitan fortalecer, más que reemplazar, el potencial de la radio comunitaria como espacio de construcción colectiva.

Cultural local, un vacío que puede llenarse de creación

Si bien no existe una cultura aislada de sus expresiones y procesos concretos de creación y representación y, aplicándolo para el asunto que nos ocupa, podríamos decir que no existe una cultura local sin la realidad concreta de la actividad comunicativa de la radio comunitaria; se hace pertinente remarcar las limitaciones observadas en la representación cultural, que pueden tener implicaciones para la expresión y preservación de la cultura local.

Por una parte, las limitaciones encontradas no sólo representan vacíos, sino barreras en las oportunidades que artistas y gestores culturales locales tienen para ejercer

sus actividades y obras. Por supuesto, la emisora comunitaria no debería ser la responsable tener una agenda o estrategia para la promoción continua y amplia de la cultura en los municipios. Pero se puede considerar una oportunidad perdida el hecho de que ni siquiera durante las transmisiones en vivo se programen contenidos y se busque activamente la presencia de algunos artistas y gestores culturales de la región.

Además, estas ausencias y asimetrías identificadas pueden estar generando un posible desplazamiento de expresiones, saberes y prácticas culturales específicas, que desemboque en una homogeneización bajo influencia de contenidos masivos.

Por lo tanto, se hace pertinente hablar de la importancia del desarrollo de nuevas propuestas de representación radiofónica en la parrilla de programación, de la necesidad de articularse con actores culturales y de aprovechar las tecnologías digitales para amplificar los contenidos que permitan darle un lugar más importante a la cultura local dentro del proceso mediático de las emisoras del centro del Huila.

Mediaciones y construcción de sentido: Más allá de las preferencias

La relación entre audiencias y contenidos radiofónicos se construye a través de procesos complejos de mediación donde se entrelazan múltiples dimensiones de la experiencia social, cultural y subjetiva. Más allá de simples preferencias temáticas o gratificaciones específicas, lo que emerge es un entramado de significaciones y usos que revelan cómo el medio radiofónico se inserta en y contribuye a dar sentido a los mundos de vida de las personas.

Esta inserción en la cotidianidad se manifiesta de formas diversas y frecuentemente simultáneas. La radio se experimenta como compañía en la soledad, como ritmo en el trabajo, como vínculo con el territorio, como ventana a otras realidades. Es un ente que participa activamente en la construcción de rutinas, en la configuración

de espacios domésticos y laborales, en el desarrollo de experiencias emocionales y en la articulación de algunos sentidos colectivos.

Esta complejidad en las mediaciones se hace más visible cuando observamos las diferencias entre oyentes y no oyentes. Incluso quienes han abandonado el consumo activo de radio mantienen formas específicas de relación con el medio y sus contenidos, bien sea que han construido sus preferencias en oposición a la oferta radiofónica o porque reconocen el valor social y el potencial como espacio de articulación en la radio comunitaria. Esto sugiere que las mediaciones radiofónicas operan más allá del acto directo de escucha, inscribiéndose en imaginarios y prácticas sociales más amplias.

En este sentido, comprender las mediaciones implica reconocer que la radio no es simplemente un canal de comunicación, sino un espacio donde se negocian y construyen significados; donde se procesan experiencias individuales y colectivas; donde se articulan diferentes formas de entender y habitar el territorio.

Esta comprensión más profunda de las mediaciones lleva a considerar la necesidad de aproximaciones más ricas, metodológicamente hablando. Que reconozcan y trabajen con la riqueza de estos procesos de construcción de sentido para el desarrollo de contenidos y estrategias de vinculación.

Reiteramos de manera enfática: No basta con estudiar y determinar cuánta gente gusta o prefiere un contenido, programa o emisora dentro de un abanico de ofertas; hay que ir hacia lo profundo de la relación de sentido, vínculo social y afectivo entre los elementos subjetivos del proceso mediático y las diferentes audiencias.

Donde emerge lo potencial

La materialización del derecho a la comunicación en el centro del Huila se encuentra en un momento particularmente complejo, donde confluyen y se tensionan múltiples transformaciones sociales, tecnológicas y culturales. Estos cambios no solo afectan a las emisoras comunitarias como instituciones, sino que reconfiguran

fundamentalmente las formas en que las poblaciones se relacionan con los medios y ejercen (o no) sus derechos comunicativos.

Si bien las emisoras comunitarias fueron concebidas como espacios para el ejercicio del derecho a la información y a la comunicación, pareciera que todavía el alcance de este se encuentra en relativa disputa y negociación. Con una limitada comprensión por parte de las emisoras y las audiencias de las posibilidades e implicaciones de este derecho.

Las transformaciones en el ecosistema mediático añaden complejidad al escenario. La emergencia de nuevas tecnologías y prácticas comunicativas no ha resultado en una simple ampliación de posibilidades participativas, sino en una reconfiguración fundamental de las expectativas y capacidades de diferentes grupos sociales.

La investigación muestra cómo esta reconfiguración produce nuevas formas de exclusión y participación que necesitan ser comprendidas y abordadas desde una perspectiva integral del derecho a la comunicación. Las dinámicas de poder en la producción radial, los procesos de negociación de sentidos en la programación, y las formas sutiles de exclusión requerirán ser exploradas con otros estudios e instrumentos.

Nuestra investigación lleva a pensar que una renovación deseable de las dinámicas de relacionamiento debe ser bidireccional. Por un lado, las emisoras comunitarias necesitan repensar sus prácticas y estructuras en busca de facilitar una participación más sustantiva; por otro, las audiencias requieren desarrollar nuevas capacidades y disposiciones para ejercer activamente su derecho a la comunicación. Esta doble transformación implicará la construcción de novedosas formas de articulación entre lo individual y lo colectivo en el proceso comunicativo.

Las contradicciones y limitaciones identificadas no deben oscurecer el potencial transformador que estos medios tienen. La persistente legitimidad social de las emisoras comunitarias sugiere que existe un potencial importante para esta

renovación. Sin embargo, éste solo podrá realizarse si, tanto emisoras como audiencias, asumen el desafío de construir nuevas formas de relación mediática que trasciendan la simple transacción contenido-consumo-validación.

El camino hacia adelante requiere, por tanto, un proceso de aprendizaje y transformación mutua. Las emisoras comunitarias necesitan desarrollar una comprensión más profunda y práctica del derecho a la comunicación, que se refleje en sus estructuras organizativas y operación cotidiana. Las audiencias, por su parte, necesitan reconocerse como sujetos activos de este derecho, capaces de participar en la construcción de narrativas y sentidos colectivos.

En última instancia, la investigación nos recuerda que el derecho a la comunicación no puede realizarse unilateralmente: requiere un esfuerzo conjunto de medios y audiencias para construir espacios genuinos de diálogo y participación. En el centro del Huila, este desafío se presenta como una posibilidad para repensar y fortalecer el rol de la comunicación comunitaria en la construcción de sociedades más democráticas, plurales y participativas.

Bibliografía

Angulo Rincón, L. (2012). *Televisión y periodismo comunitarios en la ruta del desarrollo humano: modelos y fundamentos*. Universidad del Tolima.

Asociación Cultural y Ambientalista del Sur - ACAS. (2024a). *Análisis de Contenido de Transmisiones Radiales. Documento de Trabajo. Una mirada a la audiencia de la radio comunitaria del centro del Huila: Experiencias de representación, identidad y participación.* Rodríguez Barrera, D. F. (Coord.). Garzón, Colombia: ACAS. https://archive.org/details/documento-de-trabajo-analisis-de-contenido-investigacion-audiencias-radiales-del

Asociación Cultural y Ambientalista del Sur - ACAS. (2024b). *Encuesta sobre relaciones, prácticas y nociones acerca de la radio a 8 poblaciones del centro del huila. Documento de Trabajo. Una mirada a la audiencia de la radio comunitaria del centro del Huila: Experiencias de representación, identidad y participación.* Rodríguez Barrera, D. F. (Coord.). Garzón, Colombia: ACAS. https://archive.org/details/documento-de-trabajo-encuesta-investigacion-audiencias-radiales-del-centro-del-huila-acas-2024

Asociación Cultural y Ambientalista del Sur - ACAS. (2024c). *Grupos focales con oyentes y no oyentes de radio. Documento de Trabajo. Una mirada a la audiencia de la radio comunitaria del centro del Huila: Experiencias de representación, identidad y participación.* Rodríguez Barrera, D. F. (Coord.). Garzón, Colombia: ACAS. https://archive.org/details/documento-de-trabajo-grupos-focales-con-oyentes-y-no-oyentes-investigacion-audie

Mata, M. C. (2012). *Desde la experiencia al saber – Sistematización de las experiencias en investigación de audiencias de ALER*. Internet Archive. https://archive.org/details/desdelaexperienciaalsaber

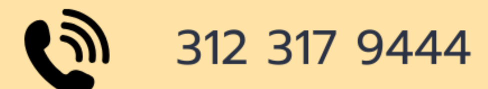
La radio comunitaria debe ser más que sólo escuchar: ejerzamos nuestro derecho a comunicar.

¿Te gustaría saber más?
Consulta nuestras redes sociales o escríbenos



Asociación Cultural y Ambientalista del Sur- ACAS

asociacion.acas@gmail.com



312 317 9444

Proyecto apoyado por el Programa Nacional de Estímulos del Ministerio de las Culturas, las Artes y los Saberes, Gobierno de Colombia

